

**PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SIDOARJO**
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Ahli Madya Ekonomi



**PROGRAM STUDI D3 KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2020

TUGAS AKHIR

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SIDOARJO

oleh :

Aliyah Nur Aini Yauma Rizky
201710190511101

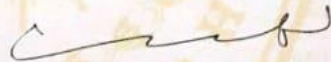
Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Pembimbing II,



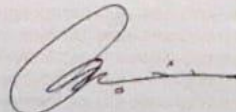
Muhammad Sri Wahyudi S., S.E., M.E.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Syamsul Hadi, S.E., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SIDOARJO

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Aliyah Nur Aini Yauma Rizky

NIM : 201710190511101

Jurusan : Perbankan dan Keuangan Program Diploma Tiga

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

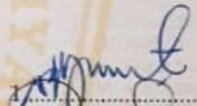
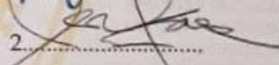
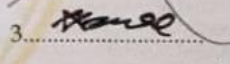
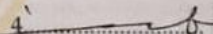
Susunan Tim Penguji:


Penguji I : Dr. Wahyu Hidayat R., M.M.

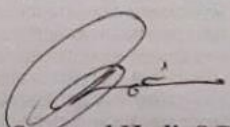
Penguji II : Yunan Syaifullah, S.E., M.Sc.

Penguji III : Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Penguji IV : Muhammad Sri Wahyudi S., S.E., M.E.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Syamsul Hadi, S.E., M.Si.

PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertada tangan dibawah ini, saya :

Nama : Aliyah Nur Aini Yauma Rizky

NIM : 201710190511101

Jurusan : D-III Perbankan dan Keuangan

e-mail : aliyanuraini8@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Laporan tugas akhir ini adalah asli karya sendiri, baik sebagai maupun keseluruhan, bukan karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dan hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam laporan tugas akhir ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



(Aliyah Nur Aini Yauma Rizky)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan limpahan rahmat dan hidayahNya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Sidoarjo.

Didalam tulisan ini disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi Pemasaran Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero Cabang Sidoarjo. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua, Ibunda dan ayahanda tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, semangat yang telah kalian berikan sehingga bias menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Fauzan, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhamamadiya Malang.
3. Dr. Idah Zuhroh, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Syamsul Hadi, SE.,M.Si Selaku Ketua Program Studi D-III Keuangan dan Perbankan dan Pembimbing 2
5. Dr. Idah Zuhroh, M.M Selaku Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto, SE., ME Selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Yunan Syaifullah., SE., M.Sc Selaku Dosen Wali D-III Keuangan dan Perbankan C yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasehat.
8. Seluruh Dosen D-III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya.
9. Nurhayanto S.PD M.Si., Selaku Deputy Bisnis Area Surabaya 2 yang telah memberikan izin dan pengalaman yang berharga bagi kami dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapang.
10. Kepada seluruh pegawai atau karyawan PT Pegadaian Area Surabaya 2 yang sudah membantu dan membimbing tugas-tugas saya.

11. Kepada orang yang special Emha Irfan Akbar yang selalu membantu dan memberi semangat sehingga dapat menyelesaikan dengan tepat waktu
12. Teman seperjuangan khususnya teman-teman yang selalu tergesa-gesa sehingga dapat termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

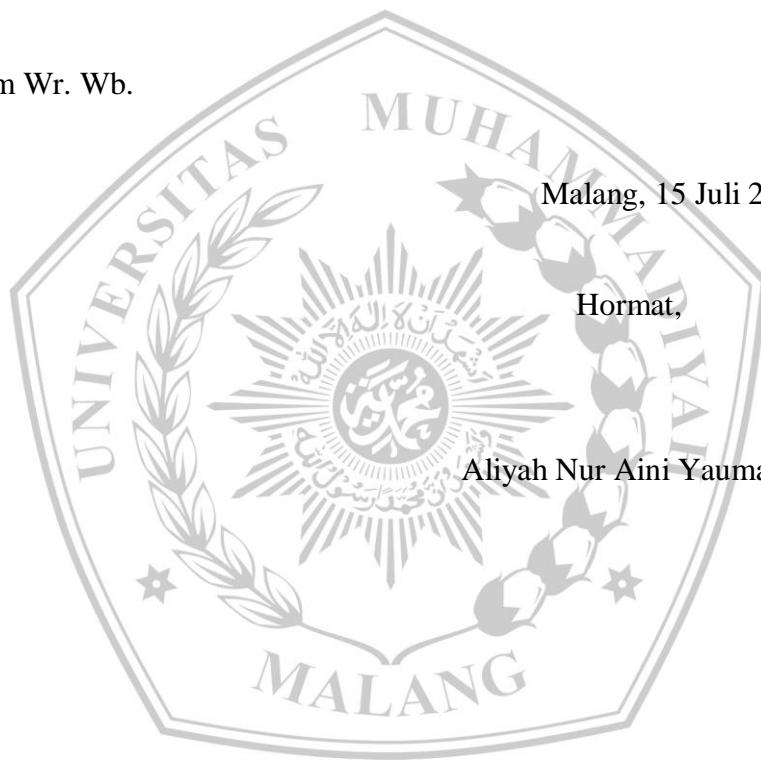
Tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, hal itu tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki. Untuk itu kiranya pada pembaca dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi tulisan ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat untuk kalian semua

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 15 Juli 2020

Hormat,

Aliyah Nur Aini Yauma Rizky



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Teori.....	7
1. Definisi Pemasaran	7
2. Tujuan Pemasaran	8
3. Lingkup Pemasaran	9
4. Targeting Pasar.....	10
5. Poisitoning Pasar	10
6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	11
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	16
B. Jenis Penelitian.....	16

C. Sumber Data	17
D. Teknik Pengumpulan Data	17
E. Teknik Analisis Data	18

BAB IV PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum Objek Penelitian.....	19
1. Sejarah Umum PT. Pegadaian (Persero)	19
2. Profil Pegadaian Cabang Sidoarjo.....	20
3. Visi, Misi dan Tujuan PT Pegadaian (Persero).....	20
4. Profil Perusahaan.....	21
5. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero).....	21
6. Produk Pegadaian	23
B. Hasil dan Pembahasan.....	25
1. Prosedur Pembukaan Tabungan Emas	25
2. Perkembangan Nasabah dan Nilai Tabungan Emas	30
3. Pelaksanaan Pemasaran Tabungan Emas	33
4. Upaya Meningkatkan Pemasaran	37

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	38
B. Saran.....	39
C. Daftar Pustaka.....	40

Lampiran – Lampiran	42
----------------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Cabang Sidoarjo	21
Gambar 4.2 Harga Emas Antam dari Tahun ke Tahun	26



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Nasabah Tabungan Emas	30
Tabel 4.2 Jumlah Nasabah Non Aktif Tabungan Emas	31



DAFTAR PUSTAKA

- Supriono, H. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Philip, K. 1995. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,.
- Philip, K. 1995. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,.
- Downey David 2002. Manajemen Agribisnis, B. K. 2002. Manajemen Agribisnis. Jakarta
- Hidayati, Rosi., 2019, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Cabang Batu*,. Diploma (D3) thesis, Jurusan D3 Keuangan dan Perbankan, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Amstrong, K. P. 2004. Dasar-dasar Pemasaran. *Edisi 9*. Jakarta
- Lestari, Diah ayu., 2019, *Strategi Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Blitar*, Diploma (D3) thesis, Jurusan D3 Keuangan dan Perbankan, Universitas Muhammadiyah Malang.
- <https://www.Pegadaian.com>
- <https://finansial.bisnis.com/read/20200305/89/1209457/harga-emas-naik-terus-nasabah-tabungan-emas-pegadaian-tembus-479-juta> di unduh tanggal 22 April 2020.
- Gary Amstrong, P. K. 1996. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1.
- www.kompas.com diunduh tanggal 18 Mei 2020

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SIDOARJO

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	15%
2	www.scribd.com Internet Source	3%
3	konsepblackbook.blogspot.com Internet Source	2%
4	library.walisongo.ac.id Internet Source	2%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
6	docobook.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off